

## WiSe 2024/25

### Bachelorarbeit mit Seminar – Themenliste

1	"Einflussreiche Influencer": Wie Online Influencer das Konsumentenverhalten beeinflussen
2	"An Apple a Day, ...": Wie können Marketingmaßnahmen eine gesunde Ernährung motivieren?
3	„Loyale Konsumenten“: Über die Bedeutung von Loyalitätsprogrammen im Marketing
4	„Fairplay“: Die Bedeutung von Nachhaltigkeit im Marketing
5	"Die Zukunft beginnt jetzt": Chancen und Risiken des Einsatzes von künstlicher Intelligenz im Marketing
6	Mensch vs. Maschine - Aktuelle Erkenntnisse zur Bedeutung der künstlichen Intelligenz für das Marketing
7	Du bist, was du konsumierst? Über die Rolle der persönlichen Identifizierung mit Marken und Produkten für das Konsumentenverhalten
8	Die Macht der anderen - Die Bedeutung sozialer Einflussfaktoren für das Konsumentenverhalten
9	"10 Gramm" vs. "Zehn Gramm" - Der Einfluss der Kommunikation numerischer und verbaler Informationen auf das Konsumentenverhalten
10	Geld allein macht nicht (un)glücklich? - Aktuelle Erkenntnisse zu monetärem Sparverhalten und finanzieller Entscheidungsfindung von Konsumenten
11	"Smart Shopping" - Der Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf das Konsumentenverhalten
12	"Sinnfluencer statt Influencer?" - Aktuelle Entwicklungen im Influencer-Marketing

- 
- |           |   |
|-----------|---|
| <b>13</b> | "Einfach oder kompliziert?" - Erfolgsfaktoren bei der Gestaltung von Produktverpackungen                              |
| <b>14</b> | "Lyft, Tumblr oder Etsy" - Der Einfluss linguistischer Elemente und Sprache in der Marketingkommunikation             |
| <b>15</b> | "Should I trust you?" - Der Einfluss von Online-Bewertungen auf das Konsumentenverhalten                              |
| <b>16</b> | Sharing is Caring - Erfolgsfaktoren bei der Gestaltung einer Sharing Economy  |
| <b>17</b> | Hey Siri, Alexa und Co. - Der Einfluss von Anthropomorphismus in künstlicher Intelligenz auf das Konsumentenverhalten |
| <b>18</b> | Kundenfeedback vs. Kundenbeschwerde - Die Rolle von Konsumentenreaktionen auf Produkt- und Servicefehler              |
| <b>19</b> | Adaptive Selling: Wie kundenzentrierte Verkaufsstrategien das Kaufverhalten von Konsumenten beeinflussen              |
| <b>20</b> | Werbung im Tarnmantel? Aktuelle Erkenntnisse zu der Bedeutung von Native Advertising im Marketing                     |